

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ในสภาพปัจจุบันที่องค์กรต่างก็มีรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจที่ต้องมีการแข่งขัน และมีการปรับตัว เพื่อให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงมีความจำเป็นที่องค์กรต่างๆ จะต้องมีเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจ ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพและมีความรวดเร็วในการดำเนินงาน เพื่อสร้างข้อได้เปรียบขององค์กรต่อคู่แข่ง โดยเฉพาอย่างยิ่งโลกปัจจุบันที่ได้เข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศจึงได้ก้าวเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินงานขององค์กร องค์กรส่วนใหญ่มีการปรับตัวเพื่อนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาพัฒนาเพื่อช่วยในการตัดสินใจ และดำเนินการ

การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่เกิดจากเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวคิดพื้นฐานในการแข่งขันและการจัดการขององค์กรต่างๆ ตามไปด้วย จากยุทธศาสตร์แบบเก่าที่เคยผลิตและจำหน่ายผูกพันกับวงจร งบประมาณรายปี ถูกแทนที่ด้วยยุทธศาสตร์การจับกระแสความต้องการและตอบสนองแบบเรียลไทม์ซึ่งเป็นการทำธุรกิจที่รวดเร็วกว่าของเดิมมาก (ศิริระ โอภาสพงษ์, 2542 : 4)

จากการสำรวจความคิดเห็นของบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในงาน IT TRADE ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในปี พ.ศ. 2543 โดยมีกลุ่มตัวอย่างพบว่าเป็นตัวแทนจำหน่ายกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต (ทั้งกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มค้าปลีกและค้าส่ง และกลุ่มผลิตภัณฑ์) เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเป็นภาคบริการ (เช่น ธุรกิจบริการ การสื่อสาร งานที่ปรึกษา และภาคการเกษตร) ตามลำดับ ในหมวดที่น่าสนใจอีกหมวด คือ หมวดอื่น ๆ (เช่นตัวแทนจากภาคการเงิน กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว) ซึ่งมีจำนวนไม่น้อยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างถูกต้อง แต่แตกต่างกันไปตามระดับความเข้าใจคือ ไม่ทราบความหมายโดยกว้างว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการทำธุรกรรมโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภทโดยไม่จำกัดเฉพาะอินเทอร์เน็ตเท่านั้น เช่น การใช้โทรสาร โทรศัพท์ หรืออีดีไอ (Electronic Data Interchange : EDI)

European Commission ได้ให้นิยามของ (Electronic Commerce) ว่าหมายถึง “ระบบของกิจกรรมเชิงพาณิชย์ทุกประเภท อาทิ การผลิต การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การซื้อขาย การชำระเงิน การนำส่งสินค้าและบริการที่มีขั้นตอนบางส่วนหรือทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์” (<http://www.nitc.go.th/document/journal/e-com2.html>)

ในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารและคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจและในชีวิตส่วนตัว จากสถิติของ UUNET (ผู้ให้บริการแบบเครือข่ายรายใหญ่) พบว่ามีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าในทุก ๆ หนึ่งร้อยวัน และองค์การการค้าโลก (WTO) คาดการณ์ว่าผ่านปี พ.ศ. 2544 จะมีจำนวนผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต 300 ล้านคน หรือ 5% จากจำนวนประชากรของโลกทั้งหมด ดังนั้นการค้าขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce จึงเป็นหัวข้อสำคัญที่องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องตื่นตัวและเตรียมตัวให้พร้อมในเรื่องนี้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและทำการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผลิตภัณฑ์ของเล่นไม้ บริษัทลานนาว่าวเค้นโปรดักท์ จำกัด เพื่อเป็นการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากระบบเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อการที่จะดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจค้าส่ง (Business to Business) ในระบบ Electronic Business (E-Business) ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์สำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

นิตยา เจริญประเสริฐ (2543) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่า การค้าขายแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นจัดได้ว่าเป็นระบบสารสนเทศระหว่างองค์กร (Inter Organizational Information System , IOS) อย่างหนึ่ง ซึ่งระบบนี้เกี่ยวข้องกับการส่งผ่านหรือการไหลเวียนของข้อมูลระหว่างธุรกิจตั้งแต่ 2 ธุรกิจขึ้นไป เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

การเพิ่มขึ้นของระบบ IOS นั้นเกิดจาก

1. ความต้องการของต้นทุนในการทำธุรกรรมทางธุรกิจ (Business Transaction)
2. การเพิ่มคุณภาพการไหลของข้อมูลด้วยการลดหรือจำกัดข้อผิดพลาดในการส่งผ่านข้อมูลระหว่างธุรกิจ
3. การลดเวลาในการประมวลผลข้อมูลและส่งผลลัพธ์กลับมายังต้นตอ เนื่องจากระยะเวลาที่ไกลกันของธุรกิจ (Compression Cycle Time)
4. การจำกัดการใช้กระดาษ และต้นทุนที่สูงขึ้นของการพิมพ์ข้อมูล
5. การทำให้กระบวนการทางการค้าง่ายขึ้น

ชนิดของ IOS ได้แก่

1. การสับเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange หรือ EDI)
2. การโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Funds Transfer)
3. เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Forms)
4. การส่งข้อความแบบเบ็ดเสร็จ (Integrated Messaging)
5. การใช้ฐานข้อมูลร่วม (Shared Databases) ได้แก่การใช้ข้อมูลร่วมกันระหว่างธุรกิจคู่ค้า

รูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce Business Model)

อินเทอร์เน็ตก่อให้เกิดรูปแบบของการทำธุรกิจที่แตกต่างกันหลายรูปแบบ โดยบางรูปแบบนั้นถูกนำไปแทนที่รูปแบบเดิมของการทำธุรกิจ และบางรูปแบบเป็นการสร้างใหม่เฉพาะ สำหรับการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต รูปแบบต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. Virtual Storefront ได้แก่การขายสินค้า บริการ หรือข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งรวมทั้งสินค้าที่สามารถจับต้องได้ เช่น เครื่องเล่นเพลง กล้องถ่ายรูป เป็นต้น และจับต้องไม่ได้ เช่น ซอฟต์แวร์ต่างๆ
2. Marketplace Concentrator ได้แก่การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการของผู้ขายที่จุกจุกขยวม โดยผู้ใช้บริการสามารถตรวจสอบข้อมูล เช่น บริการที่ให้ ราคาโดยเปรียบเทียบกับผู้ขายอื่นๆ และทำการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางบริการนี้ได้
3. Information Brokers ได้แก่บริการ ในการให้ข้อมูลสินค้าหรือบริการต่างๆ กับผู้ที่สนใจ
4. Transaction Brokers ได้แก่ บริการในการ สั่งซื้อสินค้าหรือบริการแทนผู้ขายต่างๆ โดยมีบริการให้ข้อมูลด้านราคาและเงื่อนไขการซื้อ
5. Electronic Clearinghouse ได้แก่การให้บริการการซื้อสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาและความต้องการอยู่เสมอ คล้ายกับลักษณะของการประมูล
6. Reverse Auction ได้แก่ บริการที่ให้ลูกค้าเสนอรายการสินค้าที่ต้องการทางอินเทอร์เน็ตไปให้ผู้ขายหลายๆ คน ตามเงื่อนไขด้านราคาและผู้ซื้อต้องการ
7. Digital Product Delivery ได้แก่ การขายสินค้าในรูปแบบของดิจิทัลที่มีการส่งผ่านสินค้าทางอินเทอร์เน็ตได้โดยผู้ซื้อไม่ต้องรอให้สินค้าส่งมาถึง สินค้าประเภทนี้ได้แก่ ซอฟต์แวร์ การ์ดอวยพร เพลงหรือภาพยนตร์ในรูปแบบดิจิทัล
8. Content Provider ได้แก่ การให้บริการด้านเนื้อหาหรือข่าวสารต่าง ๆ และสร้างรายได้จากการให้บริการโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตกับบริษัทอื่น ๆ ในเนื้อที่ที่บริษัทมีอยู่บนอินเทอร์เน็ต
9. On-line Service Provider ได้แก่ การให้บริการหรือการสนับสนุนผู้ใช้ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ทางอินเทอร์เน็ต

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาตามการใช้อินเทอร์เน็ตในด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1. Business-to-Consumers คือการซื้อขายระหว่างองค์กรธุรกิจกับลูกค้าที่เป็นบุคคล ปัจจุบันมีการซื้อขายประเภทนี้มากตามการเพิ่มของการใช้อินเทอร์เน็ต
2. Business-to-Business คือการซื้อขายระหว่างองค์กรธุรกิจด้วยกัน ซึ่งแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นจากการผลักดันขององค์การการค้าโลก WTO

Business-to-Consumers

การทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ทางด้านที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยตรงนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะใหญ่ คือ

1 การทำโฆษณาประชาสัมพันธ์

1) การทำโฆษณา (Advertising)

คือการทำโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีการ เช่น การสร้าง Web Site ของธุรกิจเอง การทำโฆษณาผ่าน Web Site ขององค์กรอื่น หรือ Web Site ของสำนักพิมพ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Publisher) ร้านค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Malls) หรือกลุ่มข่าว (Newsgroups) การทำโฆษณาทาง Web Site ของตัวเองย่อมดีกว่าในด้านของการควบคุมและสามารถโฆษณาได้มากเท่าที่ต้องการ แต่เสียค่าใช้จ่ายมากกว่าการใช้ Web Site ของคนอื่น เพราะต้องมีการดูแล Web Site ของตัวเองในการจ้างคนมาทำให้ข้อมูลทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ และดูแลระบบให้ใช้งานได้ตลอดเวลา

2) การประชาสัมพันธ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Publishing)

คือการบริการส่งข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือ ข่าว และอื่นๆ เพื่อให้ผู้สนใจเข้าไปค้นหาข้อมูลได้ รวมทั้งเป็นบริการขายข้อมูลความรู้ทางอินเทอร์เน็ต

3) Push Technology

คือ บริการบอกรับข้อมูลเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน รายไตรมาส หรือรายปี บริการนี้จะได้ข้อมูลจำนวนมาก (Information Overload) ที่ส่งมาทาง E-mail ทำให้ผู้บอกรับต้องเลิกไปในที่สุด เพราะข้อมูลส่วนใหญ่ไม่มีการคัดเลือก เฉพาะที่มีความสำคัญเท่านั้นในการส่งให้สมาชิก

2. บริการด้านการเงิน

1) ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking)

ได้แก่ การให้บริการของธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือเรียกว่า ธนาคารไซเบอร์ ธนาคารออนไลน์ ธนาคารบ้านหรือธนาคารเสมือน (Cyber Banking, Online Banking, Home Banking, Virtual Banking) ซึ่งให้บริการตั้งแต่ การสอบถามยอดเงิน การโอนเงินเข้าบัญชี หรือการจ่ายค่าบัตรเครดิต โดยผู้ใช้ไม่ต้องเดินทางไปที่สาขาของธนาคารแต่สามารถทำได้โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต

2) การให้บริการด้านการเงินส่วนบุคคลแบบออนไลน์ (Personal Finance Online)

คือ บริการให้คำแนะนำ และปรึกษาทางด้านการเงิน ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น การแนะนำเรื่องการซื้อขายหุ้น การลงทุนในหลักทรัพย์ต่าง ๆ หรือการคิดภาษี

3) การให้บริการซื้อขายหุ้นออนไลน์ (Online Stock Trading)

คือ บริการซื้อขายหุ้นทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าจะต้องมีบัญชีกับบริษัทที่เป็นตัวแทนการซื้อขายหุ้นก่อนจึงจะสามารถติดต่อเข้าไปทำการซื้อขายได้ โดยลูกค้าจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับราคาซื้อขายหุ้นต่าง ๆ ตลอดเวลาที่ต้องการโดยใช้ซอฟต์แวร์ที่บริษัทเสนอให้

3. การซื้อขายสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต

1) การประมูลทางอินเทอร์เน็ต (Auctions)

คือ บริการประกาศขายของหรือการประมูลราคาของที่มีการขายทางอินเทอร์เน็ต เช่น ขายรถยนต์ งานขายศิลปะ หรือแม้แต่การประมูลตุ๊กต เป็นต้น

2) การค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Retailing)

ได้แก่บริการขายสินค้าแบบขายตรง (Direct Sale) โดยผู้ซื้อสามารถเลือกสินค้าได้จากแคตตาล็อกที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต (Online Electronic Catalog)

3) ร้านค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mall หรือ Cybermall)

คือ ที่รวมของสินค้าและบริการหลากหลายบน Internet Address อันเดียวกันที่ผู้ซื้อสามารถเข้าไปซื้อได้จากแหล่งเดียวกัน เหมือนกับการไปเดินในห้างสรรพสินค้า

4) บริการด้านการท่องเที่ยว (Travel)

ได้แก่บริการด้านการวางแผนการเดินทาง การจองที่พัก ออกตั๋วเครื่องบิน ตั๋วรถไฟ รถโดยสาร และอื่นๆ ให้ทางอินเทอร์เน็ต

5) บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate)

คือ บริการซื้อขายที่ดิน บ้าน คอนโดมิเนียม โดยผู้สนใจสามารถเข้าไปดูแบบบ้าน ลักษณะที่ดินที่สนใจได้จาก Web Site ของบริษัทจัดการด้านอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ ได้ ก่อนที่จะติดต่อเรื่องซื้อขาย ทำให้ประหยัดเวลามากขึ้น

4. บริการอื่น ๆ เช่น

ตลาดงาน

คือ ตลาดของการหางานทำของคนทั่วไปบนอินเทอร์เน็ต ที่มีการประกาศรับสมัครงานต่าง ๆ และนอกจากนั้นยังมีแบบฟอร์มการสมัครงานอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Application Form) ที่ผู้ใช้สามารถเข้าไปกรอกแล้วส่งไปสมัครงานกับทางบริษัทได้ทางอินเทอร์เน็ต

Business-to-Business

โปรแกรมประยุกต์บางโปรแกรมที่ใช้กับธุรกิจต่อลูกค้านั้น สามารถใช้แบบธุรกิจต่อธุรกิจได้ด้วย เช่น บริการธนาคารออนไลน์ หรือ บริการซื้อขายทางด้านอสังหาริมทรัพย์ อย่างไรก็ตามพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างธุรกิจนั้น มีโปรแกรมประยุกต์อื่นที่นิยมใช้กันคือ การสับเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange, EDI)

ได้แก่โปรแกรมการเคลื่อนย้ายเอกสารที่เป็นมาตรฐานทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น คำสั่งซื้อสินค้า ใบเรียกเก็บเงิน ใบเสร็จ หรือ ใบตอบรับการรับสินค้า เป็นต้น ซึ่งระบบ EDI มีคุณลักษณะคือ

- ส่งข้อมูลทางธุรกิจ (Business Transactions Messages)
- มีมาตรฐานของรูปแบบข้อมูล (Data Formatting Standards)
- มีตัวแปรข้อมูล (EDI Translators)
- สามารถใช้ได้ทั้งเครือข่ายส่วนตัวและทางอินเทอร์เน็ต (Private Lines Versus the Internet)

ประโยชน์ของ EDI คือ สามารถส่งผ่านข้อมูลจำนวนมากได้ทั่วโลก อย่างรวดเร็ว โดยที่มีความผิดพลาดในด้านของแบบฟอร์มที่ส่งน้อย ทำให้มีการใช้กระดาษที่น้อยลง และข้อมูลที่ได้รับสามารถนำไปใช้ได้โดยไม่ต้องมีการพิมพ์ข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์อีกครั้ง นอกจากนี้ยังสามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้ระหว่างหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีการติดต่อกันด้วยระบบ EDI

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผลิตภัณฑ์ของเล่นไม้ บริษัทลานนาวิวูดเด็นโปรดักท์ จำกัด

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

- 1.4.1 ได้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของบริษัท ลานนาว่าวูดเด็นโปรดักท์ จำกัด เพื่อการขยายโอกาสในการจำหน่ายสินค้าให้มากยิ่งขึ้น และทำให้การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น
- 1.4.2 เป็นแนวทางการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับบริษัทอื่น ๆ ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเล่นไม้ ต่อไป

1.5 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

1.5.1 ขอบเขตการศึกษา

เป็นการศึกษาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของบริษัท ลานนาว่าวูดเด็นโปรดักท์ จำกัด ผ่านอินเทอร์เน็ต World Wide Web ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า การสั่งซื้อสินค้า ระบบวิธีการชำระเงินระหว่างประเทศเพื่อการส่งออก

1.5.2 วิธีการศึกษา

1. ศึกษาระบบงานปัจจุบันของ บริษัท ลานนาว่าวูดเด็นโปรดักท์ จำกัด
2. วิเคราะห์ระบบ เพื่อศึกษาถึงระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พื้นฐานที่ผู้ใช้ต้องการ พิจารณาขอบเขต รูปแบบและการตัดสินใจในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. ออกแบบระบบ ดำเนินการออกแบบรายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินงาน ข้อกำหนดต่าง ๆ ของระบบ
4. พัฒนาต้นแบบ เพื่อให้ได้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ตรงกับความต้องการพื้นฐานที่ได้ระบุไว้
5. ประเมินต้นแบบ เพื่อให้เข้าใจถึงระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องการ และเพื่อให้ทราบว่าจากการพัฒนาระบบมีส่วนใดที่สามารถทำได้และส่วนใดที่ระบบทำไม่ได้ หรือต้องมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างไร

1.5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1) ด้านฮาร์ดแวร์ (Hardware)

1.1) ชุด ไมโครคอมพิวเตอร์สำหรับพัฒนาโปรแกรม

- CPU Pentium III 500 MHz
- RAM 128 MB
- Hard disk 1.2 GB
- 15" SVGA Color Monitor
- CD-ROM 50X

1.2) ชุดไมโครคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์

- CPU Pentium III 700
- RAM 256 MB
- Hard disk 40 GB
- 15" SVGA Color Monitor
- CD-ROM 50X
- 3.5" 1.44 MB Floppy disk

2) ด้านซอฟต์แวร์ (Software)

- 2.1) โปรแกรม Microsoft windows 98
- 2.2) โปรแกรม Microsoft windows 2000 Server
- 2.3) โปรแกรม Microsoft Access 2000
- 2.4) โปรแกรม Active Server Pages
- 2.5) โปรแกรม Macromedia Dreamweaver 4
- 2.6) โปรแกรม Adobe Photoshop 6.0
- 2.7) โปรแกรม EditPlus 2.10

3) อุปกรณ์อื่น ๆ

- 3.1) กล้องถ่ายรูประบบดิจิทัล
- 3.2) กล้องถ่ายรูป
- 3.3) สแกนเนอร์

1.6 นิยามศัพท์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce หรือ E-Commerce) หมายถึง การผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและการจำหน่ายสินค้าและบริการเข้าด้วยกันทำให้การซื้อขายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดรายได้ในเวลาอันสั้น

ของเล่นไม้ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากไม้สำหรับให้เด็กเล่น โดยไม่ก่อให้เกิดอันตราย

บริษัทลานนาว่าค้เดินโปรดักท์ จำกัด หมายถึง นิติบุคคลที่ได้จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย

อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สาธารณะที่มีขนาดใหญ่ และที่สำคัญที่สุดของโลก เกิดจากการเชื่อมต่อเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในโลกเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายขนาดเล็ก หรือระบบเครือข่ายขนาดใหญ่ เช่น ระบบเครือข่ายมินิหรือเมนเฟรมคอมพิวเตอร์ซึ่งแต่ละเครือข่าย ก็จะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เป็นเครื่องแม่ข่าย หรือโฮสต์ (Host) ซึ่งมียู่หลายชนิด หลายยี่ห้อ โดยจะมีการกำหนดข้อตกลงในการสื่อสารที่เรียกว่า โปรโตคอล

(Protocol) ขึ้นมา เพื่อให้คอมพิวเตอร์แต่ละชนิดสามารถติดต่อสื่อสารกันได้โปรโตคอลมาตรฐานที่ใช้ในการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตจะมีชื่อเรียกว่าทีซีพี/ไอพี (TCP/IP-Transmission Control Protocol/Internet Protocol) โดยคอมพิวเตอร์ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของอินเทอร์เน็ตจะต้องมีไอพีแอดเดรส (IP Address) ไว้เป็นสิ่งอ้างอิงเมื่อเราจะติดต่อกับคอมพิวเตอร์เครื่องนั้น (งามนิจ อาจินทร์ ,2542 :3)

อินทราเน็ต (Intranet) เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงการสื่อสารด้วยระบบ โปรโตคอลทีซีพี/ไอพี (TCP/IP) ซึ่งเป็นระบบโปรโตคอลในการสื่อสารของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดังนั้นโปรแกรมเพื่อการสื่อสารบนเครือข่ายอินทราเน็ต จึงเป็นซอฟต์แวร์ชนิดเดียวกับที่ใช้ในการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต หมายเลขประจำคอมพิวเตอร์บนเครือข่ายอินทราเน็ต ก็เป็นการกำหนดด้วยหมายเลขอินเทอร์เน็ตเช่นกัน ดังนั้นเซิร์ฟเวอร์บนเครือข่ายอินทราเน็ต จึงเหมือนกับเซิร์ฟเวอร์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทุกประการ ในการบริการข้อมูลบนเครือข่ายอินทราเน็ตที่สำคัญๆ ได้แก่ การสื่อสารระบบเว็บ การสื่อสารการโอนย้ายไฟล์เอฟทีพี (FTP) และการสื่อสารจดหมายอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการสื่อสารที่เป็นประโยชน์บนเครือข่ายอินทราเน็ต ได้แก่ การสื่อสารโดยระบบโกเฟอร์ (Gopher) และการสื่อสารโดยกลุ่มข่าว (News Group) เป็นต้น (วิทยา เรืองพรวิสุทธิ,2542:13-17)

โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) เป็นโปรแกรมหรือซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการเข้าสู่เวิร์ลไวด์เว็บ (WWW) และเปิดดูเว็บเพจที่เก็บอยู่ในเว็บไซต์ใดๆ เช่น โปรแกรมไมโครซอฟท์อินเทอร์เน็ตเอ็กพลอเรอร์ (Microsoft Internet Explorer) และโปรแกรมเนตสเคปนาวิกเตอร์ (Netscape Navigator) เป็นต้น โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ส่วนใหญ่จะทำงานร่วมกับโปรแกรมวินโดวส์ และนอกจากจะใช้เพื่อดูเว็บไซต์ใดๆ แล้วหลายโปรแกรมยังมีความสามารถในการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การค้นหาข้อมูล การโอนถ่ายโปรแกรมด้วย FTP เป็นต้น (งามนิจ อาจินทร์,2542:8)

โฮมเพจ (Homepage) หมายถึง หน้าแรกของเว็บเพจทั้งหมดที่ผู้ใช้บริการบนอินเทอร์เน็ตจะพบเมื่อมีการเข้าไปยังเว็บไซต์ใดๆ โฮมเพจเปรียบเสมือนกับสารบัญและคำนำที่เจ้าของเว็บไซต์ สร้างขึ้นเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์องค์กรของตนว่าให้บริการในสิ่งใดบ้าง นอกจากนี้ภายในโฮมเพจหนึ่งๆ ก็อาจมีการเชื่อมกับเว็บเพจอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก ได้ (งามนิจ อาจินทร์ ,2542 :9)

ไอพีแอดเดรส (IP Address) เนื่องจากในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะใช้ โปรโตคอลทีซีพี/ไอพี เป็นมาตรฐานในการสื่อสารข้อมูล ซึ่งจะมีการกำหนดหมายเลขประจำตัวที่ไม่ซ้ำกัน ให้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่มีการเชื่อมกันอยู่ในระบบเครือข่าย หมายเลขประจำตัวนี้จะถูกเรียกว่าไอพีแอดเดรส (IP Address) หรือหมายเลขไอพี (IP) โดยมีรูปแบบเป็นชุดของตัวเลข 4 ชุดที่คั่นด้วยเครื่องหมายจุด เช่น 202.44.192.43 ตัวเลขในแต่ละชุดจะมีขนาด 8 บิต ดังนั้นแต่ละชุด

จะมีค่าได้ตั้งแต่ 0 ถึง $2^8-1 = 255$ เท่านั้น ซึ่งจะทำให้สามารถกำหนดหมายเลข IP ให้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ทั้งหมดถึง 4 พันล้านเลขหมายที่ไม่ซ้ำกันเลย ดังนั้นเมื่อมีการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เป็นโฮสต์คอมพิวเตอร์เพื่อเชื่อมต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ตและให้บริการต่างๆ จำเป็นต้องขอหมายเลข IP จากหน่วยงาน Internet Network Information Center (InterNIC) ขององค์กร Network Solution Incorporated (NSI) ที่รัฐเวอร์จิเนีย สหรัฐอเมริกา แต่ถ้าผู้ใช้สมัครเป็นสมาชิกกับหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider : ISP) ก็ไม่ต้องขอหมายเลข IP เนื่องจาก ISP จะเป็นผู้ส่งหมายเลข IP ให้แก่ผู้ใช้เอง (งามนิจ อาจอินทร์ ,2542 :10)

DNS (Domain Name System) การใช้หมายเลข IP ซึ่งเป็นตัวเลขล้วนๆ ในการอ้างอิงถึงเครื่องคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องนั้นจะมีข้อเสียคือจำยากและก่อให้เกิดความสับสนได้ง่าย จึงมีการพัฒนาวิธีการอ้างอิงถึงหมายเลข IP แบบใหม่ที่เรียกว่า Domain Name System (DNS) ขึ้นมา

DNS เป็นเทคนิคการเปลี่ยนหมายเลข IP ที่เป็นตัวเลขให้เป็นตัวอักษรเช่น หมายเลข IP เป็น 202.12.97.1 ผู้ใช้บริการสามารถเขียนชื่อโดเมนคือ kku1.kku.ac.th แทน เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ถูกเรียกว่า Domain Name Server จะทำหน้าที่ในการแปลงจากชื่อโดเมนให้เป็นหมายเลข IP อีกทีหนึ่ง (งามนิจ อาจอินทร์ ,2542 :10)

HTML(Hyper Text Markup Language) คือภาษาสำหรับทำเครื่องหมาย ประกอบด้วย Tags ที่ใช้ในการกำหนดว่าเว็บเพจจะมีข้อความอะไร มีการแสดงรูปภาพ เสียง และภาพวีดิโอที่ตำแหน่งใด นอกจากนี้ยังมีคำสั่งสำหรับการเชื่อมโยงเว็บเพจหนึ่งไปยังอีกเว็บเพจหนึ่งและไปยังบริการอื่นๆ ในอินเทอร์เน็ต (งามนิจ อาจอินทร์,2542 :14)

แพลตฟอร์ม (Platform) คือการประกอบกันของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ โดยเราสามารถจำแนกประเภทของ แพลตฟอร์มได้เป็น 4 กลุ่มคือ พีซี ยูนิกซ์เวิร์กสเตชัน (Unix workstation) มินิคอมพิวเตอร์ (Mini Computer) และเมนเฟรม (Mainframe) (เชลมิ โง,2538:67)

ระบบไคลเอ็นต์เซิร์ฟเวอร์ การสื่อสารระบบเว็บบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ตเป็นการสื่อสารระบบไคลเอ็นต์เซิร์ฟเวอร์ ระบบเว็บประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ ส่วนเว็บเซิร์ฟเวอร์ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับแจกจ่ายให้กับผู้ใช้บริการ อีกส่วนหนึ่งคือ ส่วนเว็บไคลเอ็นต์ (Web Client) ซึ่งเป็นฝ่ายร้องขอข้อมูลจากเว็บเซิร์ฟเวอร์ โดยเว็บเซิร์ฟเวอร์ทำหน้าที่จ่ายข้อมูลตามการร้องขอ ลักษณะการทำหน้าที่ของเว็บเซิร์ฟเวอร์กับเว็บเบราว์เซอร์เช่นนี้ เรียกว่า ระบบไคลเอ็นต์เซิร์ฟเวอร์ (เอกสารประกอบการอบรมบริษัท ไอเวอร์ชัน,2540:1)

1.7 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล
บริษัท ลานนาฟู้ดเค้นโปรดักท์ จำกัด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University